

Life
Plan
Advisor

一般社団法人
ライフプランアドバイザー協会

News²⁰²³ Letter

8

vol.87

■ 特別巻頭記事

「住宅市場が変わった!？」～10年後のために工務店戦略をどうすればいい? Vol.1～

■ 今月のトピックス

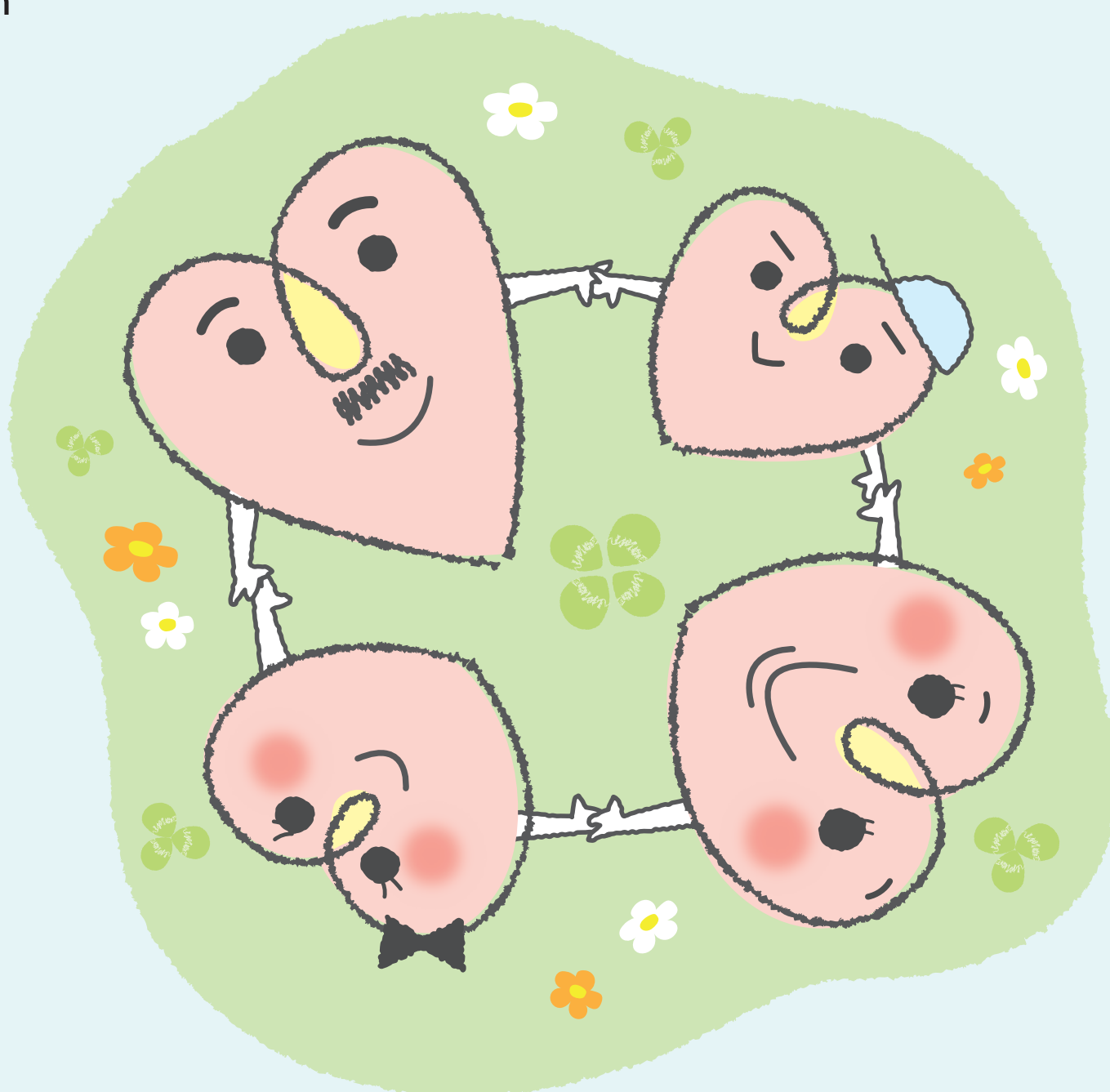
※今月はお休みです

■ お客様向けニュースレター

「共働きなのに金が貯まらない人の家計管理法」

■ Information

■ 編集後記



「家族」

特別巻頭記事

「住宅市場が変わった!？」
～ 10年後のために工務店戦略をどうすればいい? Vol.1 ～

○「若者の住宅離れ!？」

市場環境がこの1年で大きく変わってしまった。
これを否定する人はもういないでしょう。

とにかく集客が悪い。

今まで月10組以上あった新規集客が、2組から3組。
チラシでの集客がダメになり、ネットの集客、SNS集客、youtube集客と展開
してきましたが、ここに来てどうにもこうにもなくなってきてしまいました。

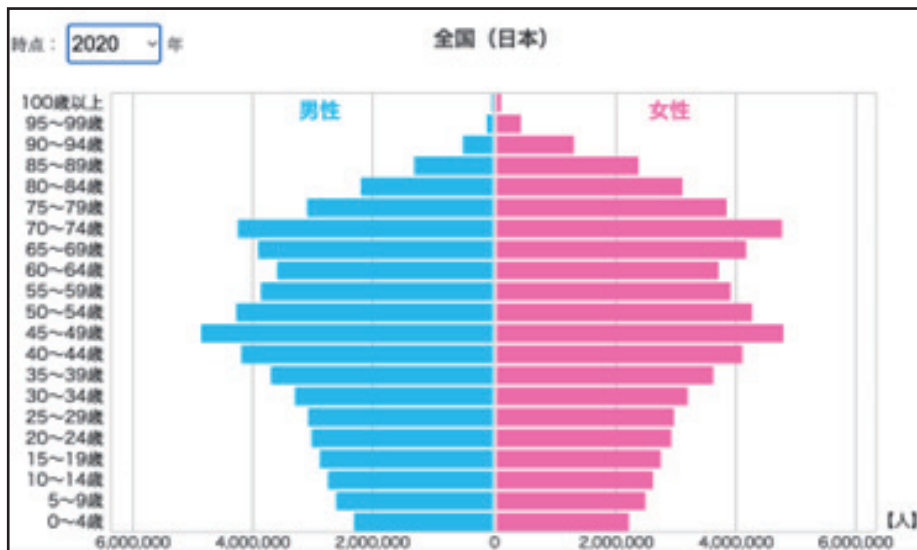
直近のデータでは、市場は約10%から15%減という統計ですが、実感とし
ては、半分ぐらいに激減しているような感触です。

都道府県	2013年度	2014年度	2015年度	2016年度	2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	前年対比	2013年度対比
北海道	12,523	9,892	10,251	10,613	10,849	11,069	11,080	10,493	10,967	8,960	-18%	-28%
青森	3,994	3,202	3,241	3,533	3,573	3,692	3,630	3,301	3,398	2,915	-14%	-27%
山形	3,509	2,485	2,785	2,845	2,797	3,010	2,671	2,703	2,719	2,324	-15%	-34%
栃木	7,100	5,445	5,355	5,437	5,466	5,561	5,649	5,158	5,410	4,819	-11%	-32%
千葉	13,545	10,602	10,602	10,634	10,851	10,829	10,543	10,956	11,881	10,177	-14%	-25%
東京	15,648	12,756	12,583	12,221	11,517	12,320	12,250	12,589	13,518	11,750	-13%	-25%
神奈川	14,977	11,584	12,158	12,307	11,603	11,308	12,059	11,546	12,801	10,934	-15%	-27%
富山	3,722	3,078	3,033	3,239	3,136	3,296	3,169	2,939	2,969	2,732	-8%	-27%
石川	4,102	3,253	3,548	3,611	3,514	3,700	3,495	3,240	3,434	2,919	-15%	-29%
長野	7,567	5,856	5,969	6,166	5,967	6,277	6,218	6,001	6,458	5,728	-11%	-24%
岐阜	6,500	4,912	5,084	5,021	4,958	5,141	5,169	4,815	5,197	4,668	-10%	-28%
静岡	12,631	9,543	9,882	9,843	9,390	9,716	9,714	8,669	9,170	8,091	-12%	-36%
愛知	18,143	13,947	14,564	14,996	14,172	14,737	14,901	13,683	14,951	13,326	-11%	-27%
滋賀	4,662	3,459	3,452	3,686	3,642	3,851	3,890	3,734	3,934	3,679	-6%	-21%
京都	4,656	3,716	4,027	3,990	4,029	4,013	3,926	3,843	3,725	3,129	-16%	-33%
大阪	10,169	7,820	8,622	9,585	9,048	9,353	10,082	9,392	9,570	8,551	-11%	-16%
兵庫	10,076	8,088	8,460	8,940	8,260	8,606	8,437	7,889	8,587	7,606	-11%	-25%
広島	5,523	4,441	4,497	4,744	4,596	4,605	4,784	4,328	4,727	3,977	-16%	-28%
福岡	9,669	8,037	8,315	8,727	8,642	8,690	8,800	7,859	8,682	7,740	-11%	-20%

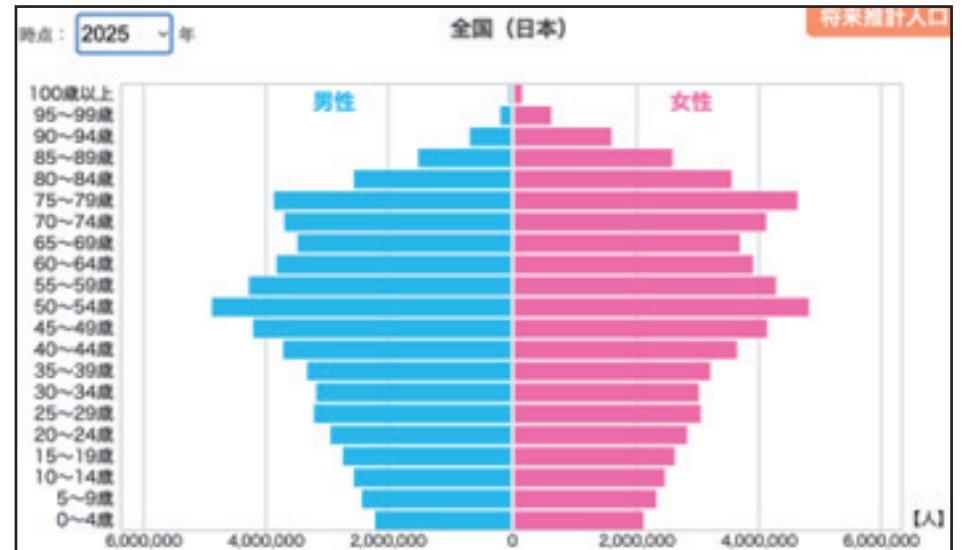
何が起きているのでしょうか？
確かに人口減少の影響はあるのでしょうか。

何が起きているのでしょうか？
確かに人口減少の影響はあるのでしょうか。

2020年



2025年



2020年の時点の新築購入の人口で言えば、
35歳～39歳(7,311,567)
30歳～34歳(6,484,594)
25歳～29歳(6,031,964) 合計19,828,125人

2025年時点では、
35歳～39歳(6,521,392)
30歳～34歳(6,181,726)
25歳～29歳(6,249,434) 合計18,952,552人

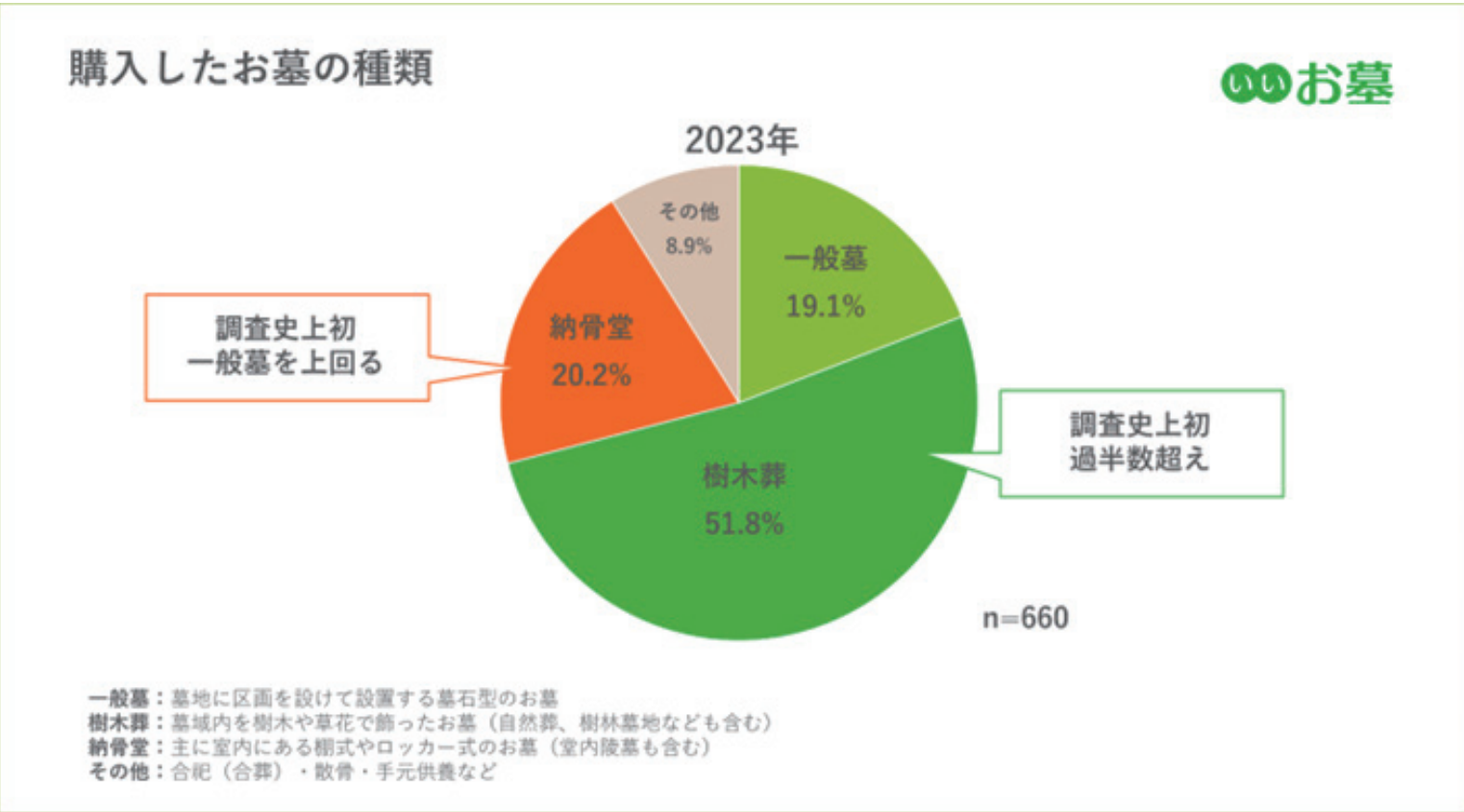
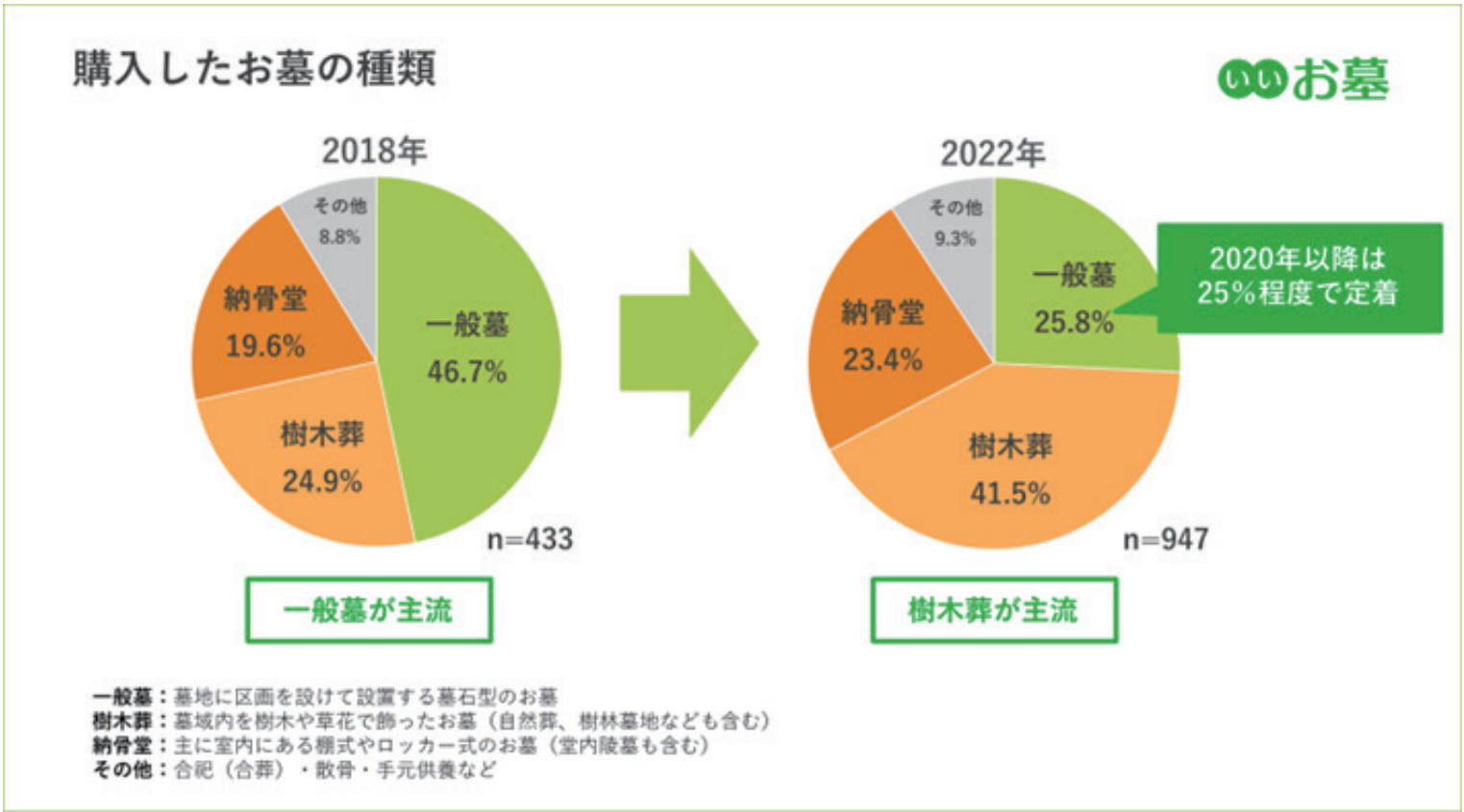
875,573人減少しているもの、2015年から2020年の比較では2,188,522人減っていますから、減少幅は縮小しています。

だから、この市場環境の激変が人口問題にあるとはどうしても思えません。

では、どうしてこんなに急激に市場が冷え込んでしまったのでしょうか？

その原因は「価値観の変化」だと岡崎は考えています。

○ 例えばお墓の場合



お墓の場合2018年の段階で、一般墓(石で建てるお墓)を選択する人が約半数。樹木葬(永代供養付きの石を使わないお墓)が25%前後でした。

それが、コロナ以降急速に、樹木葬の割合が増え、最新の統計では樹木葬を選択する人の割合が50%を超えるという事態に。

一般墓を選択する人が20%を割り込むという事態になったのです。

お墓を売ってきた石材店は大打撃。
市場が半分になってしまった訳です。

他の業界を俯瞰してみれば、当然です。お墓を建ててもその先にお墓を維持していく人がいない。

結果的に、子どもに面倒をかけない樹木葬を選択する人が急増します。

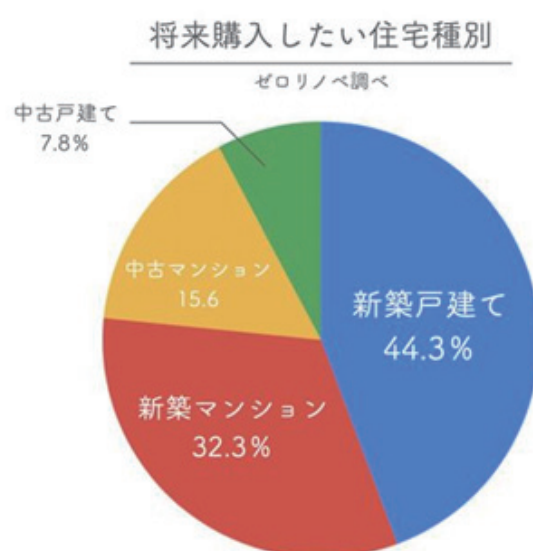
「家族が亡くなれば、お墓を建てるもの。」日本人の当たり前の価値観。
これが、たったの数年で全く様変わりしてしまう。

恐ろしいことです。

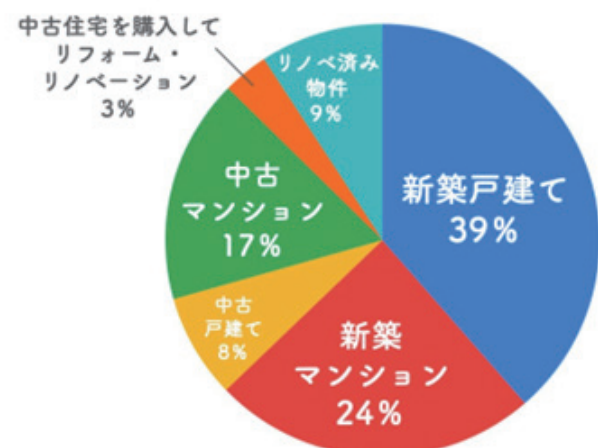
○ 住宅の価値観も変化！？

不動産仲介から設計・施工までワンストップ・リノベーションを展開する株式会社groove agentは、東京・神奈川・埼玉・千葉に住む20～50代の男女3,000人を対象に、購入を希望する住宅種別とリフォーム・リノベーションへの関心をアンケート調査の結果が、これです。

2021年



2022年



2023年6月 ゼロリノベ調べ

それほどの変化ではないかも知れません。
ただ、たった1年で新築戸建が5%以上も減っているのが気になります。

この5%に変化の兆しを感じるのは岡崎だけでしょうか？
アンケートの対象が、一都三県だというのも結果に反映されている気はします。

新築マンションが新築戸建よりも減り、中古・リノベ済み系が増えているのは、コロナ以降の住宅価格の高騰がかなり影響している。

言い換えれば、そこまでお金を出して、わざわざ新築を購入する必要性がないという判断なのでしょう。

○ 価値観が同期化される世代

iPhoneの初代が登場したのが2007年。
今では、スマホ以外の携帯を持っている方が少数派。

今の30歳以下の若者のほとんどは、最初からスマホを持っている世代です。

今の30代以下は、幼少期からインターネットに触れる機会が多く、他の世代と比べてテレビの視聴時間が減少しています。

ソーシャルメディア(SNS)が当たり前存在し、デジタル上で友人と交流することも多いことが特徴。

この世代は、SNSを通じて世界の個人とつながる。

テレビやメディアが作ってきた虚像の情報ではなく、SNSを通じた個人の情報を取り入れることで、価値観が瞬時に同期される世代と言われています。

簡単に言えば、アメリカやヨーロッパで流行っているものは、岐阜の田舎の子でも知っている。

そんな時代です。

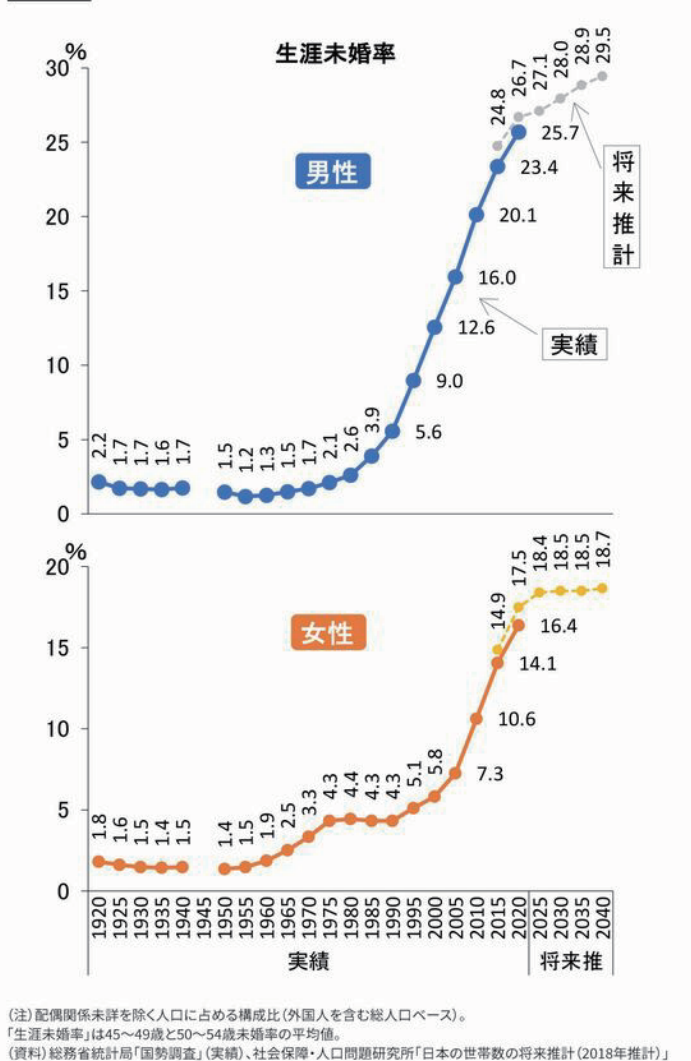
東京でも岐阜でも若者が知っている情報に変わりがない。

情報の非対称性がなくなり、国別・地域別の価値観というのが薄らいでいく。

関東での価値観も地方の価値観もそれほど変わりはないのです。
つまり、住宅に対する価値観が今大きく変わろうとしています。

○「結婚して、子どもができたなら家を買う」のは当たり前ではない！？

図表1 独身のまま人生を終える男性は将来3割に



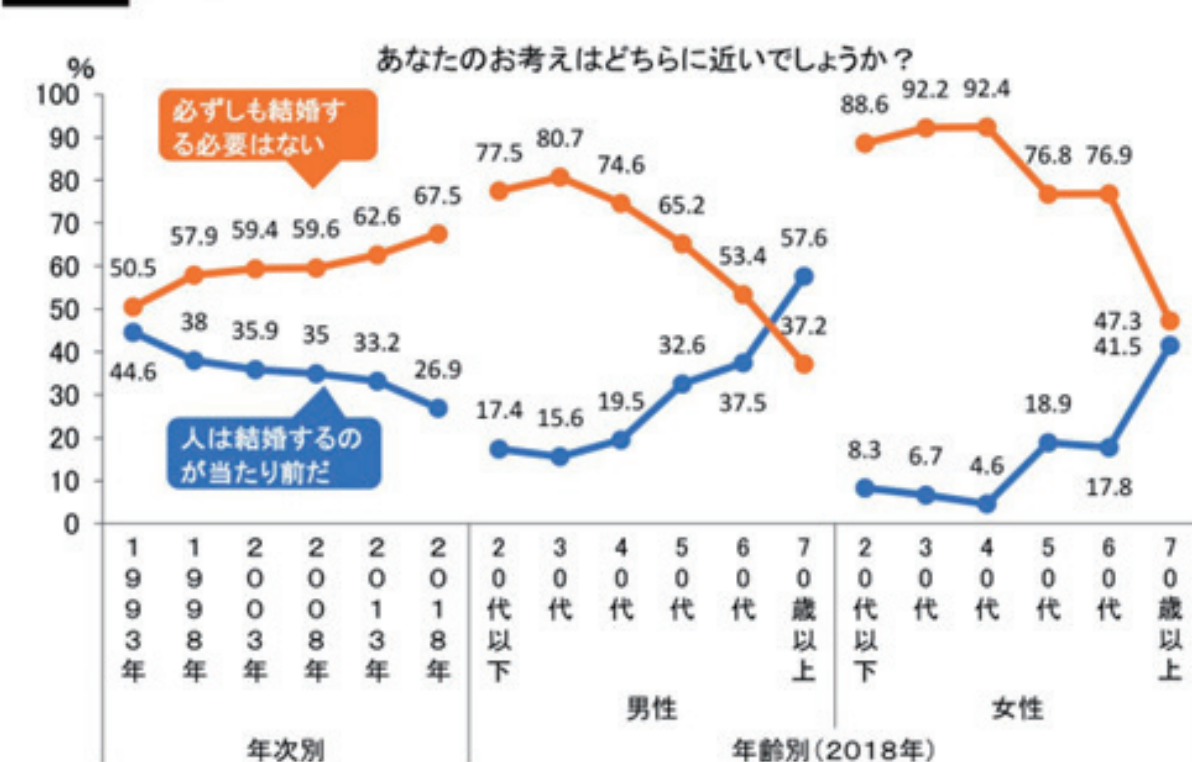
価値観の1番の大きな変化は「結婚」です。

国の推計では、50歳までの一度も結婚をしない人口(生涯未婚者)が現状で男性は4分の1。女性は6分の1。そして、この先増えていきます。

この先増えていくということは、今20代30代の若者の結婚に対する意識がすでにそれほど高くない、ということになります。

結婚観の変化は、住居環境の変化にもっとも直結すると岡崎は考えます。

図表2 意識の上でも結婚が当たり前でなくなった



OECD(経済協力開発機構)のデータベースで見ても、「50歳の時点で子供がいない＝生涯にわたって子供を持たない女性」の割合が、日本は27.0%(2020年)と先進国で最も高いとされています。

結婚しても子どもがいない。できない。

それが少数派ではなく、多数派になっていくのではないか。

子どもがいない原因は、未婚率だけではなく、晩婚化もその原因。

さらに晩婚化だけではなく、共働きが当たり前になったことも大きな一つ。

つまり、「結婚して子どもができたら家を買う」というのが当たり前という価値観がなくなったのではなく、そもそも、そういう状況になる人が少なくなっているのが原因なのです。

「若者の家離れがすすんでいる。」
このところ多く見る報道です。

この報道は間違っていると思います。

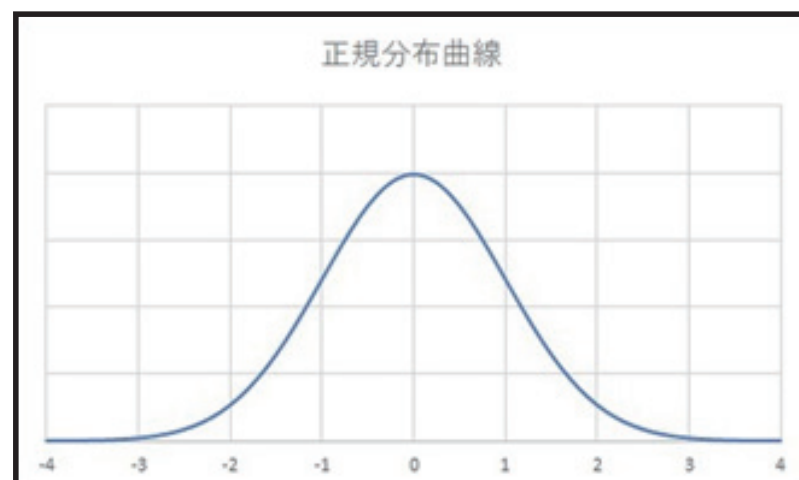
なぜなら、人間が一生のうちで「生涯にわたる住居」について考えないことは絶対ありません。

むしろ、私たち家を提供する側の「家を購入する価値観」が旧態依然なのではないでしょうか。

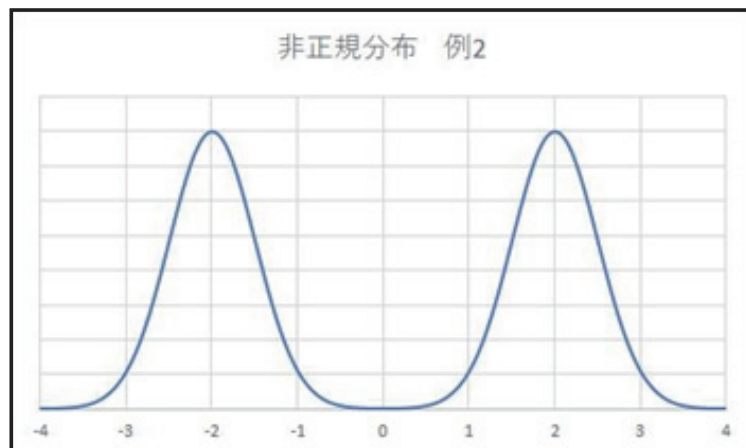
○ マイルドヤンキーほど家を買う？

ここからは岡崎の持論です。これを示す統計は現在のところありません。

これまでに日本の住宅市場は、下のように正規分布。つまり圧倒的に中間層が多い市場でした。



これが、この数年で極端に言えば、下のような非正規分布。中間層があまりいない市場へと変貌しました。(こんなに極端なことはないのであくまでも概念図とお考えください。)



マイルドヤンキー層は、地方に一番多くいるどちらかと言えば、旧態依然の価値観の若者カップルです。地元で生きていくことに誇りを持ち、友達を大事にして、週末は家族や友人家族とでバーベキューを楽しむのが日課というタイプです。

知識職業層は、働き場所にはこだわらず、キャリアアップを目指していたり、知的な趣味や旅行などのライフスタイルを重要にしている層です。

マイルドヤンキーは今も持ち家信仰の強い種族です。

「できれば庭でバーベキューがしたい。」が、もっとも幸せな家族像だからです。

知識職業層は、仕事やライフスタイルが優先ですから、週末の休みも夫婦はバラバラで行動するというように、家族だとしてもお互いが独立していることを望む層。住居環境についてはそれぞれ価値観も多様です。

つまり、岡崎はコロナ以降の住宅価格の高騰で、今まで比較的高単価な住宅を求めていた「知識職業層」が住宅を躊躇し、「マイルドヤンキー層」は手が届かなくなった。という現象が起きているのではないのか？

こう仮説を立てているのです。

住宅は感情消費です。よく考えたら買うことなんてできません。

ですから、将来について真面目に考える層から購買意欲がなくなっていくのだと推測します。

これは大きな課題です。

お客様向けのニュースレター素材としてご活用下さい！



「共働きなのにお金が貯まらない人の家計管理法」

FP(ファイナンシャルプランナー)になって20年。住宅ローンの相談を受けていると、10年前に比べて共働き夫婦がずいぶん増えていることを実感します。

私自身、下の子が1歳から共働きを経験してきたので、「仕事にプライベートに忙しい毎日かもしれないけれどがんばって」と心の中で応援する一方で、とても気になっていることがあります。それは、「共働きなのにお金が貯まっていない」ことです。

貯蓄額は、10年前の片働き夫婦よりも、今の共働き夫婦のほうが格段に少ないのです。

収入は、一人で働くよりも、二人で働くほうが多いはずなのに、なぜ貯まらない？しばらく考えて、今のカップルは「共働きだからこそ貯まらない」のだと気がつきました。

妻が結婚退職し、夫の収入だけで結婚生活をスタートすると「今までのようにムダ遣いはできないから、しっかりやりくりしなくては」と、“結婚モード”にスイッチが入ります。

ところが、共働きだと二人分の収入があるので、独身時代と同じようにお金を使うことが可能です。

「まずい、お金が足りなくなる」という危機感を持たずに済むため、いつまで経っても“独身モード”のまま。共働き夫婦が「このままではいけない」と感じ始めるのは、子どもが生まれて将来の教育費が心配になったときや、住宅購入で貯蓄の少なさに気が付いたときです。

でも、子どもができたらずいぶん支出項目も多くなり、おまけに時間がないため「お金で解決する」ことも増えて、支出は増えるばかり。「自分のお金の管理も上手くできないのに、パートナーを含め、家計全体の管理をするなんて、できるようになるとは思えない!」と悲鳴のような声をよく聞きます。

こうしたカップルには「管理しなくていいのですよ。貯まる仕組みだけ作りましょう」とアドバイスしています。

そうすると、「えっ、管理しなくてお金を貯めることが可能なのですか?」とびっくりされますが、そもそも、忙しい共働き夫婦が、「自分」「パートナー」「夫婦」の3つのお金を「ちゃんと管理」しようと思うことが無謀なチャレンジなのです。

多くのカップルは、それぞれのお金に加えて「夫婦二人のお金」が存在すると思うため、「夫婦で管理する銀行口座」を作るのですが、管理は煩雑ですから途中で挫折してしまいます。

本当は、夫婦の収入を1つの口座に全て入れ管理し、そこからお互いお小遣いを出す方法が1番お金の貯まる管理方法なのですが、今さらカードや口座引落先を変更するにはとても面倒です。

そこでおすすめするのが「夫婦で貯蓄する口座をつくり、その口座はお互い公開する」という管理方法です。

例えば「お互いに月収の2割を貯蓄口座に入れよう」などとルールを決める方法です。

ここでもっとも重要なのは、貯蓄口座の内容は公開するというルールです。共働き夫婦の場合、お互いの口座を公開していない場合も多く、そもそも毎月の給料ですら知らないというケースがほとんど。

そんな理由もあってか、お互いに「相手が貯蓄しているだろう」と思い込み、住宅購入のような大きなお金が動く場面に来て、お互い全く貯蓄がないという現実を知ることになります。

そこで、お互い新しく口座を開設し、オープンできる状態でその口座に夫婦で作ったルールに基づいて貯蓄します。

この際重要なのが、給料が入ったらまず貯蓄口座に入金するというポイントです。ですから、定額積立や証券会社の自動積立などの方法を使うのもいいでしょう。

収入からまず貯蓄を差し引いて、残りを使う。こういうルールに変更するだけで煩雑な家計管理をしなくても毎月決まったお金を貯めることができるのです。

ファイナンシャルプランナー 岡崎 充輝
年間 100 件以上のローン相談・保険の相談、
年間 20 回以上のセミナーを行う資金計画の専門家。
執筆本に「住宅ローンの相談を銀行にしていけません」
「知らないとヤバイお金の話」等があり、
累計発行部数 43 万部以上のベストセラーに。



Information

- ニュースレターは協会ホームページにアップしております。
URLは以下になります。ご自由に閲覧・ダウンロードください。
https://www.lifeplanadvisor.or.jp/members_downloadpage

編集後記

『君たちはどう生きるか』を観に行きました。

前号に続き宮崎駿監督の話で恐縮ですが、説明をするには難しい映画でした。小説を読む時でいう、“行間の隙間”が大きくて、場面毎の切替が唐突な印象を受けました。物語の整合性を取ることは放棄していて、見せたいものを都度前面に描いていくという、『千と千尋の神隠し』以降の宮崎作品らしかったと感じました。

起承転結を守り、その上娯楽性も高い物語制作というものは、滅茶苦茶難易度が高いです。滅茶苦茶に、信じられないほど難易度が高いです。プロの作家でも、何年経ってもできない人がいます。連続で何作もこなしてしまう人もいます。宮崎監督は、誰もがご存じの様に過去それが出来ていました。できることを今更最新作でする必要が無いと、放棄しているとでも言わんばかりの映画でした。

基礎ができている高レベルの実力者がそれを崩すというのは、達人の極地なのかもしれません。これが可能な人は、何人もいません。家族向け、子供向けには適さないかもしれませんが、芸術作品として鑑賞に行かれてはいかがでしょうか？

本ニュースレターの全ての情報は、著作権法により保護されています。
この情報を、一般社団法人ライフプランアドバイザー協会の許可なく
一般公開してはならないものとします。一般公開とは複製・コピー・
出版・講演・コンサルティング活動・電子メディア等による配信・
オークション等への出品、転売等のあらゆる形式を指します。
これに違反されますと、法的措置を取らせていただく場合があります
ので取扱いには充分ご注意ください。

発行

LifePlanAdvisor

一般社団法人

ライフプランアドバイザー協会

株式会社ヘルプライフオカヤ TEL 0584- 47 - 7121
〒503-0906 FAX 0584- 47 - 7122
岐阜県大垣市室町1-55 WEB lifeplanadvisor.or.jp